

Ús del fons virtual BREVIEW als estudis de Publicitat i Relacions Públiques

Daniel Tena Parera

Jordi Fernández Cuesta i David Roca Correa

Departament de Comunicació Audiovisual i de Publicitat

Facultat de Ciències de la Comunicació

Universitat Autònoma de Barcelona

Resum

Es presenta la construcció d'una plataforma digital per facilitar l'ensenyament dels estudiants de la prova pilot de Publicitat i Relacions Públiques. Aquesta plataforma es constitueix com la Biblioteca de Recursos Virtuals que els alumnes poden fer servir al llarg de tots els estudis. El present treball especifica la manera com es construeix, els criteris de classificació, els materials col·locats i, en definitiva, com s'ha concebut la potència que té la Biblioteca Virtual com a eina de reforçament de l'autoaprenentatge.

La manera d'utilitzar aquest recurs i les possibilitats que ofereix, tant per als professors com per als alumnes, són algunes de les consideracions que es poden extreure del desenvolupament del projecte.

Àmbit general d'interès de la innovació

L'actual posada en funcionament dels nous plans d'estudis de grau implica explorar nous mètodes que facilitin el procés d'autoaprenentatge dels estudiants. El present text aporta dades de la construcció i ús de recursos en línia i permet a gestors acadèmics i a docents conèixer les dificultats i les qualitats d'aquests recursos de manera que se'n puguin obtenir el màxim rendiment.

1. Objectius

L'objectiu ha estat crear i posar en funcionament la plataforma virtual BREVIEW, així com definir i concretar els aspectes que seran necessaris per a la futura activitat i la progressió del fons documental virtual. La BREVIEW és una selecció de materials documentals digitals orientats principalment a millorar l'autoaprenentatge dels estudiants, però també la pot utilitzar el professorat ja que tindrà al seu abast una bibliografia en format virtual àmplia per recomanar-la, fins i tot, per consultar a classe.

Tenint en compte tot el que s'ha dit, la BREVIA és una eina que pretén facilitar als seus usuaris l'accés als recursos virtuals relacionats amb la titulació per tenir a l'abast el material que es necessiti per a l'autoaprenentatge de l'estudiant (per a l'estudi autònom i també per a la realització de treballs) i per millorar la dinàmica de les classes docents.

2. Descripció del treball

La UAB ha començat a desenvolupar el Projecte de la Biblioteca Virtual conjuntament amb tres de les titulacions que oferta (Física, Geografia, i Publicitat i Relacions Públiques), integrant-lo tant en l'aspecte conceptual, organitzatiu i funcional del marc de l'oferta digital que ja existeix.

2.1. Canvis tecnològics i docents actuals

Aquesta iniciativa respon als nous problemes i necessitats que sorgeixen arran dels canvis tecnològics i docents actuals que porten les universitats punteres en l'aplicació de la metodologia docent ECTS a evolucionar i a adequar-se a la nova situació. Els principals factors del canvi i de la iniciativa del Projecte són:

1. la tendència de les universitats de més prestigi,
2. el desenvolupament de les tecnologies de la informació.

El desenvolupament de les tecnologies de la informació en general, i de la comunicació, en particular, han facilitat el salt qualitatiu de l'era analògica a l'era digital. Conseqüentment, han evolucionat tant les formes dels materials o recursos com la manera d'aplicar-les en la pràctica docent universitària. Adequant-se a aquests canvis, la tendència de les universitats de més prestigi és oferir als seus usuaris (especialment els estudiants) recursos i materials millorats o seleccionats en format digital. Per dur a terme tots aquests propòsits, les plataformes virtuals com la BREVIA representen una oportunitat d'afrontar aquesta nova conjuntura:

«Aquesta tendència pressuposa la selecció dels recursos tecnològics i d'infraestructura necessaris per tal que els usuaris tinguin al seu abast, d'acord amb criteris científics i educatius de rellevància, una plataforma integrada de serveis documentals a partir d'una selecció de materials actualitzada i variada, així com d'elaboració acurada. Una orientació fonamental de tot aquest esforç és ampliar i millorar les condicions d'aprenentatge i d'autoaprenentatge dels estudiants.»

El motor de l'aprofitament d'aquestes tecnològiques TIC correspon als canvis acadèmics que han portat la implantació de la nova metodologia docent basada en els crèdits ECTS. Aquests trets fonaments són els que motiven per impulsar aquestes eines que aportin més qualitat i possibilitats a la nova idea d'aprenentatge que es pretén assolir.

2.2. Tendència de les universitats de més prestigi

Basant-se en les infraestructures i les possibilitats tecnològiques que avui dia són possibles i reals, es fa palesa la tendència que els centres docents d'educació superior més punters estan apostant per *«millorar els serveis i els recursos d'(auto)aprenentatge en la modalitat de recursos virtuals i posar-los a l'abast del públic usuari, els seus estudiants»*.

El model a seguir per construir la seva pròpia biblioteca virtual són els Learning Centers d'algunes universitats britàniques i nord-americanes («Columbia University in the City of New York», «Harvard University», etc.); plataformes amb materials seleccionats i classificats segons uns criteris comuns i consensuats. Per això, la UAB inicia el seu camí definint aquests principis de treball:

«Això suposa desenvolupar un model de gestió, de producció i de selecció de materials d'aprenentatge vertebrat d'acord a uns principis comuns, així com dotar-lo d'unes formes de classificació i d'accés als mateixos en funció de criteris funcionals, que siguin generalitzables a qualsevol usuari UAB, dins dels diversos camps de coneixement.»

Com a eina educativa virtual de la UAB, la BREVIA ha d'adaptar-se a les característiques pròpies dels estudiants i ha d'esdevenir una eina atractiva per assolir els objectius educatius de les nostres titulacions.

2.3. Desenvolupament de les tecnologies de la informació

Per adequar-se al salt qualitatiu que transforma la docència actual de l'era analògica a la digital, la UAB s'ha dotat del suport logístic i tecnològic que representa el Campus Virtual, que serà l'eina o la plataforma base, de manera provisional, on s'estructura i construeix la BREVIA. El seu abast aspira a ser un instrument molt més general, eficaç i útil.

2.4. La BREVIA: indicacions i protocol bàsic de creació i manteniment

Aquest Projecte es basa en la creació d'una eina que sigui útil i eficaç per a l'aprenentatge autònom dels estudiants d'acord amb els canvis actuals en camps com la tecnologia i la metodologia docent. Per tant, amb la intenció que esdevingui un instrument de fàcil utilització i de finalitat exclusivament pedagògica, es plantegen uns criteris bàsics d'estructuració, construcció i manteniment dels materials o recursos oferts a través de l'eina.

2.5. Criteris de classificació

Per facilitar la cerca i ordenar la informació de manera senzilla, els recursos s'organitzaran segons els criteris de biblioteconomia estandarditzats.

«La biblioteca de recursos virtuals per a l'autoaprenentatge ha de configurar un entorn d'aprenentatge centrat en cada un dels àmbits de coneixement i els diferents graus de les diverses titulacions que engloben, per tal de facilitar l'accés a la infor-

mació i els processos d'autoaprenentatge dels alumnes de les diferents titulacions. Per tal de facilitar la funcionalitat d'aquest accés cal que aquests recursos virtuals, o 'biblioteca', es trobin organitzats amb criteris de biblioteconomia estandarditzats.»

D'acord amb aquest principi, es proposen diverses informacions que es podrien incorporar a les fitxes dels materials o recursos seleccionats: els criteris habituals de catalogació (títol, autor, data, editor, etc.), la paraula clau (l'àrea específica de coneixement), la descripció, el nivell formatiu del material i el nivell de privacitat o de publicitat del recurs, amb l'objectiu de construir una eina clara i de fàcil utilitat. Tots els materials s'estructuren en set apartats: els recursos monogràfics, els diccionaris i les enciclopèdies, els audiovisuals, les bases de dades, els portals de recursos, les institucions de referència i el programari d'utilitat.

2.6. Material ofert

El principal criteri que cal tenir en compte en l'aspecte del material és que els recursos de la BREVIA han de ser de format digital. No es cataloguen les versions en paper o analògiques. Si es compleix aquesta condició, els recursos podran arribar a ser de diferents tipus, des de textos de referència, articles seleccionats, fins a informes, problemes, tutorials, activitats de camp, laboratori, vídeos, etc. (Adequant-se a les necessitats que es té en cada titulació.) Tot i això, seguint amb l'objectiu bàsic de la utilitat i l'eficàcia, aquests materials no hauran de sobrepassar una quantitat raonable de 100 o 200 recursos.

2.7. Alguns projectes virtuals de referència

Analtzades i estudiades diverses obres, la plataforma virtual de la llicenciatura de Publicitat i Relacions Públiques s'ha estructurat basant-se en les biblioteques virtuals d'universitat nord-americanes i britàniques reconegudes, en una iniciativa de la Universitat de Girona, en l'apartat Veterinària Virtual de la Facultat de Veterinària de la Universitat Autònoma de Barcelona i en el procés de treball de les altres dues titulacions de la UAB que també estan desenvolupant el projecte BREVIA.

En les plataformes digitals de les universitats més prestigioses s'ha trobat un model formal i tècnic que s'ha aprofitat per a la construcció i l'estructuració pròpiament dita de l'eina. Les altres tres referències, en canvi, han servit, sobretot, per conèixer les possibilitats que pot oferir als seus usuaris un instrument d'aquesta mena i el tipus de material que es pot oferir a través del mateix.

El projecte de la Universitat de Girona és un exemple del procés de digitalització d'un banc d'imatges (obres d'art) per a la millora de l'estudi i la docència de la Història de l'Art. La iniciativa de la Facultat de Veterinària de la UAB ha creat la plataforma Veterinària Virtual, que permet tenir accés a tota una sèrie de materials docents (apunts de classe, vídeos de les operacions que es fan als animals, etc.) que poden ser d'utilitat per als seus usuaris.

3. Metodologia

Els objectius de la BREVIA de la titulació de Publicitat i Relacions Públiques són: crear una biblioteca virtual de recursos digitals, seleccionats segons el seu grau de rellevància i interès per als alumnes i per al seu estudi autònom. No obstant això, des d'aquests estudis s'afegeixen dos aspectes que resulten importants o, al menys, interessants: són la finalitat pedagògica de l'eina i el procés d'adaptació de l'instrument als usuaris. El projecte BREVIA està desenvolupant-se perquè millori l'autoaprenentatge en l'assoliment dels perfils específics de la titulació. Es pretén construir una plataforma virtual de caràcter primordialment pedagògic que superi unes limitacions d'accés (horària i de localització) que actualment té la Biblioteca de Ciències de la Comunicació i l'Hemeroteca General. D'acord amb les possibilitats de l'era digital, els nous formats permeten traspassar aquestes fronteres. En efecte, no es tracta d'estructurar i crear una «segona» biblioteca, sinó que es vol posar a l'abast dels estudiants (i altres usuaris) una eina especialment pensada per a la titulació.

3.1. Desenvolupament del projecte i adequació de l'eina

Tot el disseny del Projecte ha d'estar pensat perquè no contradigui els principis que s'instauren amb la nova metodologia docent, assegurant-nos l'adequació de l'eina creada al nou entorn en què haurà de funcionar. Una de les característiques de la reforma acadèmica és que l'alumne adquireix unes competències relacionades amb els perfils professionals que s'han determinat en cada titulació. En el cas de la titulació de Publicitat i Relacions Públiques, els perfils professionals definits per als quals es recopilen els recursos digitals són els següents:

1. Estratega: consultor en comunicació comercial i en relacions públiques.
2. Creatiu: dissenyador i gestor de producció en publicitat i relacions públiques.
3. Gestor de comptes en publicitat i en relacions públiques.
4. Planificador de mitjans.
5. Investigador del consumidor i del mercat.

3.2. Enquestes per identificar les necessitats dels usuaris

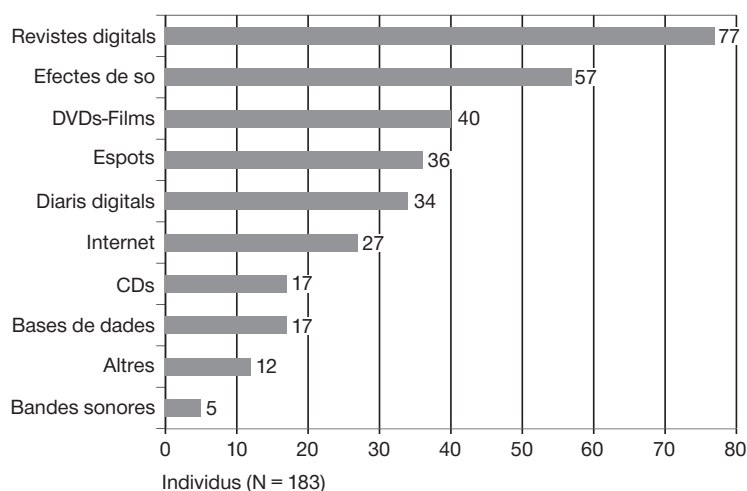
Tenint present que la finalitat principal del projecte és crear una eina de treball (la plataforma virtual) útil i eficaç per als seus usuaris, en la titulació s'ha fet una enquesta per identificar les necessitats que tenen els alumnes i, llavors, determinar quins apartats i tipus de materials són el més adequats per al nou instrument acadèmic.

A partir de l'enquesta que es va realitzar als estudiants de la titulació de Publicitat i Relacions Públiques a l'inici del projecte, es van poder identificar les seves característiques de treball respecte a l'ús dels recursos digitals. D'aquesta manera, s'ha aconseguit dibuixar una relació de necessitats detectades que la BREVIA podria resoldre com a eina educativa dins del marc de l'aprenentatge universitari.

En primer lloc, les respostes dels estudiants sobre l'ús dels recursos de l'actual Biblioteca de Comunicació ens indica el seu costum a recórrer-hi durant el seu procés de treball

i aprenentatge de les assignatures. En aquest sentit, el 79 % dels estudiants reconeixen que utilitzen l'actual biblioteca de comunicació només «puntualment al llarg del curs», cosa que ens fa entendre que hi van només quan tenen necessitat per realitzar treballs o exercicis puntuals i que no l'utilitzen com a un costum d'un espai imprescindible en la seva tasca d'aprenentatge (el 15 % hi van regularment). Alhora, és interessant saber quins són els recursos digitals als quals accedeixen per tal que la BREVIA focalitzi els recursos de més demanda. Aquestes dades en números absoluts s'observen en la següent figura 1 que presentem a continuació sobre una àmplia mostra (N=183) dels subjectes investigats.

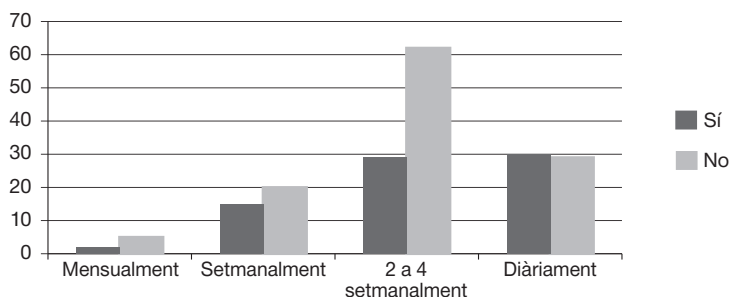
Figura 1. Ús dels recursos digitals a la biblioteca actual (febrer 2006)



Per una altra banda, s'ha investigat l'ús del Campus Virtual, la plataforma virtual per a la docència de les assignatures de la UAB, perquè és la plataforma tecnològica on està instal·lada la BREVIA. Absolutament tots els estudiants de l'enquesta han accedit al Campus Virtual i, per tant, es demostra que ja és una eina ben integrada dins de l'àmbit docent. A més, la bona salut i la utilitat es reflecteix amb una freqüència d'ús del Campus Virtual que s'eleva a un 77 % dels estudiants que hi accedeixen més de dues vegades cada setmana. Aprofitant l'avinentsa d'un Campus Virtual proper a la tasca docent de la titulació, cal descobrir el grau de coneixement que els estudiants de Publicitat tenien sobre l'apartat del Campus en què quedaria integrada la BREVIA. Es podria estimar en quina mesura els estudiants utilitzaven aquella part abans de la instal·lació del projecte BREVIA. Aquí, els resultats mostraven una gran davallada: el 59 % dels estudiants de la Titulació no han consultat mai l'apartat «Recursos de la titu-

lació» dins de la seva pantalla del Campus Virtual (vegeu la figura 2). Aprofundint en aquest aspecte, es va investigar el perfil d'usuari dels que ja coneixien aquest apartat del Campus Virtual abans de la BREVIA. En aquest sentit s'ha confirmat que els estudiants que diàriament utilitzen el Campus Virtual eren els que ja coneixien aquests recursos (60%) ($\chi^2_{(3)}=11,03$, $p<0,012$). Aquest aspecte tornava a fer-se palès en la relació positiva que s'ha observat en el fet que els que més freqüentment utilitzen el Campus Virtual són també els que més sovint fan ús dels recursos disponibles de la titulació ($r_{(181)}=0,134$, $p<0,033$).

Figura 2. Coneixement de l'apartat «Recursos de la titulació» (febrer 2006)



Els resultats finals assolits amb aquesta enquesta als estudiants van ajudar a establir quins eren els recursos digitals amb els quals solen treballar més, i que ara es localitzen a la biblioteca (revistes i diaris digitals del sector, efectes de so i espots, en primeres posicions). La recerca també ha evidenciat que el coneixement i l'ús de l'apartat on apareixeria la BREVIA va molt vinculada a l'hàbit d'estudi que adquireixen els estudiants a través del Campus Virtual. Per tant, es consideraria de gran importància fer accessible l'espai virtual de manera fàcil.

3.3. Aportacions pròpies dels estudiants

Els estudiants van aportar molts comentaris arran de l'enquesta inicial. En efecte, el 54% dels enquestats van donar les seves idees personals, cosa que s'ha de considerar un èxit tenint en compte que es tractava d'una pregunta oberta al final del qüestionari. Els estudiants de quart curs s'involucraven més amb les seves aportacions molt més concretes, que no pas els alumnes de cursos inferiors amb menys comentaris i més generalistes. A grans trets, se sol·liciten recursos o materials digitals. Els estudiants demanen obres de referència (llibres, tesis i monografies) i revistes digitals. Per altra banda, també volen tenir bancs d'imatges, fotografies, sons i anuncis (ja siguin peces gràfiques o espots) i bases de dades d'interès per a la titulació (bases de dades de les

institucions, com Sofres, Infoadex, etc.). Apart d'això, mostren interès per tenir al seu abast directoris de pàgines web relacionades amb la llicenciatura: adreces electròniques d'agències de publicitat, buscadors, traductors, fòrums, pàgines de descàrregues (de programari, i campanyes publicitàries antigues i actuals), etc. Un desig general detectat en els comentaris de molts alumnes és incidir en l'adquisició de bases de dades de pagament que siguin interessants i, a poder ser, amb la possibilitat d'accedir-hi des de casa.

3.4. La plataforma virtual de la titulació

L'estructura proposada inicialment per a la plataforma es va adaptar a les necessitats particulars de la llicenciatura. Tenint en compte les necessitats identificades en els futurs usuaris, l'estructura s'ha redefinit tal com es mostra a la figura 3. Amb l'estructura definida i els continguts preparats es va posar en funcionament segons l'aparença del Campus Virtual de la UAB (vegeu la figura 4).

Figura 3. Esquema detallat de l'estructura de la BREVIA 2006

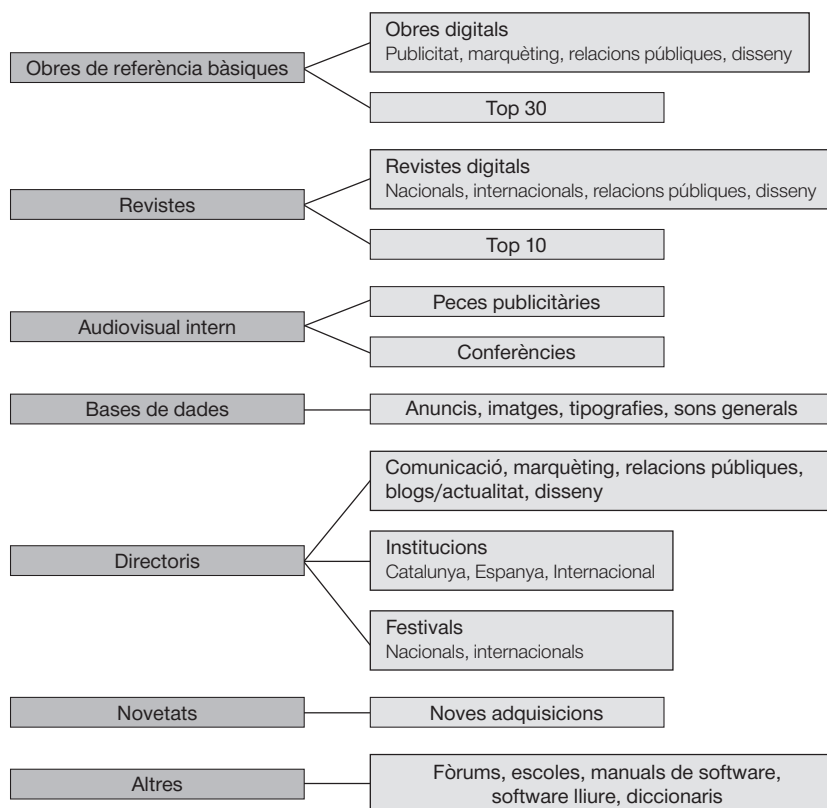


Figura 4. Mostra de la plataforma virtual de la BREVIA 2006

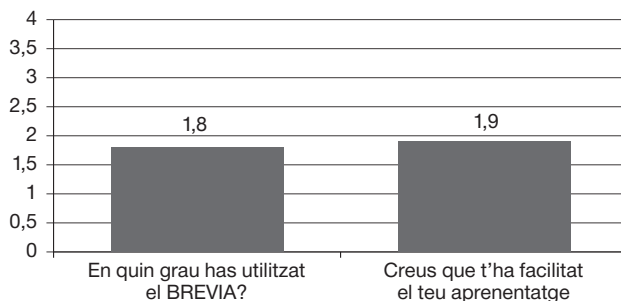


4. Resultats

A continuació es presenten les dades obtingudes de l'ús del BREVIA per part dels estudiants de la titulació de Publicitat i Relacions Públiques. L'enquesta va ser realitzada en el marc de l'informe del seguiment de les proves pilot a la UAB, els resultats de la qual es mostren a partir del Qüestionari sobre la introducció de la UAB a l'espai europeu d'educació superior. La realització del qüestionari fou pilotada pel Grup de Recerca en Educació i Treball del Departament de Sociologia de la UAB.

S'ha de tenir present que els resultats que en aquest informe es presenten només recullen estudiants assistents a classe, que tenen unes característiques específiques. També s'ha de tenir en compte que el qüestionari es passà cap a finals de segon semestre del curs 2006-2007, per tant, les especificitats d'aquest període poden tenir efectes en el perfil d'estudiants que el contesten. De les preguntes del qüestionari, una feia referència

Figura 5. grau d'ús de la BREVIA



a l'ús de la Biblioteca Virtual. El resultat mostra que el grau d'ús del BREVIA és relativament baix. Això fa pensar que cal una potenciació d'aquests recursos, atès que creiem que els estudiants no tenen l'hàbit d'usar-lo (vegeu la figura 5).

5. Conclusions

La BREVIA és una plataforma molt útil per a la nova metodologia docent. S'ha aconseguit recopilar un fons considerable de recursos digitals. Una vegada posada en marxa l'eina, és un requeriment necessari actualitzar-la per garantir-ne la utilitat i la vigència i facilitar-ne la visibilitat per l'usuari. Havent treballat els fonaments bàsics de la BREVIA, els principals objectius del projecte han estat el manteniment i, consegüentment, la funcionalitat o la utilitat de la nova eina. Per aquesta raó, entre altres coses, cal implementar la gestió del fons virtual amb les noves tecnologies d'una manera enfocada a l'aprenentatge de la nova metodologia docent. Finalment, la principal finalitat ha estat potenciar la utilitat de l'eina, afinant-la i potenciant-la entre els seus usuaris, la valoració que n'han fet de la qual ha estat altament positiva.

Referències

- PALLANCH, J. (2003). *La innovació docent a la Universitat de Girona*. Girona: UdG (Institut de Ciències de la Educació).
- ROJAS, Orduña i OCTAVIO I. (2005) . *Relaciones Públicas: la eficacia de la influencia*. Madrid: Esic Editorial.
- IDES-UAB (2004). *Projecte BREVIA*. Barcelona: UAB.

Enllaços d'interès

- HARVARD UNIVERSITY. Projecte Docent. <http://ocp.hul.harvard.edu/directory>. Data del darrer accés: 13 de juliol de 2006.
- COLUMBIA UNIVERSITY IN THE CITY OF NEW YORK. Projecte Docent. <http://ci.columbia.edu/ci/eseminars/journalism.html>. Data del darrer accés: 13 de juliol de 2006.
- UNIVERSITY OF OTAGO. Projecte Docent. <http://slc.otago.ac.nz/studyskills/studyskills.asp>. Data del darrer accés: 13 de juliol de 2006.
- MACQUARIE UNIVERSITY. Projecte Docent. <http://www.oib.mq.edu.au/databases>. Data del darrer accés: 13 de juliol de 2006.
- MURDOCH UNIVERSITY. Projecte Docent. <http://www.oib.murdoch.edu.au/database>. Data del darrer accés: 13 de juliol de 2006.

Paraules clau

Recursos virtuals, suport a l'autoaprenentatge, biblioteca virtual.

Finançament

Convocatòria d'ajuts 2005 per a projectes d'innovació docent. Universitat Autònoma de Barcelona.

Materials complementaris del CD-ROM

Demostració de la *BREVIA (Biblioteca de Recursos Virtuals)* de Publicitat i Relacions Públiques.

Responsable del projecte

Daniel Tena Parera

Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat

Facultat de Ciències de la Comunicació

Universitat Autònoma de Barcelona

daniel.tena@uab.cat

Presentació del responsable del projecte i del grup de treball

Daniel Tena Parera és professor titular de la Universitat Autònoma de Barcelona, llicenciat en Publicitat i Relacions Públiques i doctor en Comunicació Audiovisual per la Universitat Autònoma de Barcelona. Especialitzat en l'estudi dels medis de comunicació des de la perspectiva formal. Forma part dels Grups de recerca Símbol (Grup de Recerca en la Recepció de la Comunicació), GRP (Grup de recerca en Publicitat i Relacions Públiques) i del Grup de Recerca en Publicitat i Psicologia.

Sota les sigles GRP, Grup de Recerca en Publicitat, s'agrupen un conjunt de professors de Publicitat i Relacions Públiques de la UAB i que en l'actualitat ofereixen serveis de recerca i accions formatives complementàries a la seva activitat docent dins de la universitat.

El seu nucli està format per professors de la Unitat de Publicitat i Relacions Públiques, que desenvolupen la seva activitat en la llicenciatura de Publicitat i Relacions Públiques i al doctorat de Publicitat i Relacions Públiques: la marca i estratègies de públics. A diferència d'altres grups, GRP és un grup obert i que varia la seva composició segons el tipus de recerca o de l'encàrrec. Aquest fet en facilita la incorporació d'alumnes de doctorat. Gràcies a aquesta dinàmica, el joves investigadors reben recolzament i consell en el desenvolupament de projectes. Fins avui ha realitzat recerques finançades per diferents empreses i institucions privades: Bayer S.A., Lloreda S.A. (KH7), el Gremi de Publicitat, i diversos projectes d'Innovació docent MQD-AGAUR o projectes d'Innovació docent amb suport de la UAB.

Membres que formen part del projecte

Jordi Fernández Cuesta

Departament de Comunicació Audiovisual i de Publicitat

Facultat de Ciències de la Comunicació

Universitat Autònoma de Barcelona
jordi.fernandez.cuesta@uab.cat

David Roca Correa
Departament de Comunicació Audiovisual i de Publicitat
Facultat de Ciències de la Comunicació
Universitat Autònoma de Barcelona
david.roca@uab.cat